



Het verschil tussen netwerken en hard selling

NETWERKEN HEEFT VAAK een negatieve bijklank. Dit komt door het feit dat veel zogenaamde "hard sellers" netwerken misbruiken om te verkopen.

Het grote verschil tussen verkopen en netwerken is dat bij verkopen het doel van de interactie tussen twee mensen de verkoop van een product of dienst is. Bij netwerken kan deze verkoop het gevolg zijn van een respectvol en zorgvuldig opgebouwd contact, maar is dit dus duidelijk niet het doel.

De vergelijking hieronder maakt het verschil tussen verkopen en netwerken nog wat duidelijker. In de vergelijking vind je een aantal elementen terug van "negatief netwerken" door hard sellers en "echt netwerken".

Hard sellers die netwerken...

- 1 Denken op korte termijn
- 2 Proberen een behoefte te ontdekken die door hun product of dienst kan bevredigd worden
- 3 Geven enkel iets als het hun iets opbrengt
- 4 Luisteren om een deal binnen te halen
- 5 Stellen vragen om beter hun product of dienst te kunnen positioneren
- 6 Vinden mensen enkel interessant als ze een potentiële klant zijn
- 7 Willen zoveel mogelijk business cards verzamelen en uitdelen
- 8 Praten vaak enkel over hun product of dienst zonder naar anderen te luisteren
- 9 Proberen hun eigen product of dienst onder de aandacht te brengen
- 10 Het doel is de verkoop. Mensen zijn een middel (soms zelfs als een noodzakelijk kwaad) om hun doel te bereiken

Echte netwerkers...

- 1 Denken op lange termijn
- 2 Wisselen eender welke informatie uit die voor de gesprekspartner interessant kan zijn
- 3 Geven zonder iets terug te verwachten (en op termijn brengt dit meestal nog meer op ook)
- 4 Luisteren om te helpen
- 5 Stellen vragen om beter van dienst te kunnen zijn
- 6 Vinden iedereen interessant als contact. Je weet nooit wie zij op hun beurt kennen.
- 7 Vragen en geven business cards aan de mensen waarmee er écht contact is gelegd. Zij weten dat de kwaliteit belangrijker is dan de kwantiteit.
- 8 Laten anderen steeds meer aan het woord dan dat zij zelf praten
- 9 Raden producten of diensten aan van anderen in hun netwerk (en enkel indien deze relevant zijn voor de gesprekspartner(s))
- 10 Het doel zijn contacten leggen en onderhouden. Een van de mogelijke gevolgen is een verkoop.

Sta bij je volgende netwerking activiteit eens even stil bij dit verschil tussen verkopen en netwerken. Je zal verrast zijn !

Auteur

Jan Vermeiren is de oprichter van Networking Coach en auteur van de best sellers "Let's Connect!" en "Hoe LinkedIn nu ECHT gebruiken". Samen met zijn team van Networking Coach geeft Jan presentaties en opleidingen op het vlak van netwerken en referrals. Klanten zijn zowel grote organisaties zoals Deloitte, IBM, ING, Nike, SAP, en RSM Erasmus Rotterdam als kleine bedrijven en freelancers.

Vraag je gratis e-course rond netwerken aan op: www.networking-coach.com